



Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Universidad Católica de Colombia

Esp. Administración Financiera.

Ensayo Académico

Desarrollo de la Banca Digital en Colombia.

Melba Gensy Salguero P 341953

Pedro Nope Molina 341952

Noviembre 24 de 2020

DESAFIOS DE LA BANCA DIGITAL EN COLOMBIA

Cuando la banca tradicional enfrento el reto de las nuevas tecnologías y sus avances se temía lo que dijo Bill Gates en 1994 “La banca es necesaria los bancos no” (Ricardo, 2019); sin embargo, con el uso de la era digital los bancos, no solo se adaptaron si no que se proyectaron de manera positiva y casi exponencial a una amplitud de mercado que de su forma usual se encontraba en su tope de crecimiento.

Este proceso vertiginoso, iniciado aproximadamente hacia 1998 de acuerdo con el doctor Fredy Castro Director de Banca de Oportunidades del Gobierno Nacional (Castro, 2020), dejó

por el camino una serie de dificultades que a la fecha ya son verdaderos retos y desafíos. Que van desde la comunicación, generación de confianza, adaptabilidad al cliente, acceso e inclusión, el cliente por encima del producto, seguridad, regulación y esquema tributario, democratización de los medios de pago, hábitos del consumidor, población rural y vulnerable, Capacidad socio económica del cliente, nuevas generaciones y en mi concepto el más importante la nueva cultura financiera de la sociedad.

La estrategia de la banca digital en nuestro país está basada en una alianza público privada y de allí se desprenden la política general que de conformidad con las normas regulatorias pueden ser aplicadas. No se puede desconocer que esta alianza ha tenido avances positivos y de beneficio general tanto para lo público, lo privado, la sociedad en general y el ciclo económico del país

Colombia es una nación de estructura económica capitalista y por ende el consumismo es su máxima expresión por lo tanto el canal de acercamiento entre el cliente y el producto o servicio debe ser de lo más efectivo; ya lo tradicional del servicio personalizado la atención presencial dejo de ser lo innovador ahora y máxime para las nuevas generaciones millennials, la generación Z y ahora el alfa es sencillamente necesitar algo, solicitarlo por su celular y ya, es todo. Para ellos la importancia no está tanto en la atención como en el tiempo y para eso se debe preparar, en lo que nos concierne la banca y los servicios financieros.

Como lo estableció Marshall McLuhan en su teoría de la comunicación. “El Medio es el Mensaje” (Revista Palabra Clave- Marshall McLuhan, 2015)

. La comunicación es fundamental para hacer efectivo el uso de los servicios bancarios de forma digital y en la comunicación es necesario incluir de manera intrínseca la información. Si nuestro cliente entiende y sabe de antemano como y lo más importante en qué condiciones se va a realizar el uso y los servicios ofrecidos, lograremos que sea más asertivo a nuestro servicio y productos.

Es así como se debe acabar la “famosa” letra pequeña y nuestro usuario una vez clarificada toda la información nos podrá brindar una comunicación más efectiva y fluida lo que seguramente permitirá que el cliente cree identidad con el servicio o producto y haga uso de uno o más productos de nuestro catálogo. Si el medio no es efectivo como lo afirma McLuhan el mensaje o lo que se quiera transmitir no se lograra.

Obviamente toda relación comercial y más en lo concerniente a transacciones bancarias y financieras deberán estar sujetas a la regulación y normatividad que en la materia manden las leyes y los contratos que de manera individual realice cada persona con su entidad bancaria escogida.

Establecido este primer contacto donde se supera toda la introducción en el uso del servicio y producto, la banca digital debe ser capaz de generar confianza en el usuario. En ningún tipo de espacio se puede permitir que el cliente tenga siquiera algún asomo de duda sobre quiénes son y que está adquiriendo. Bajo la premisa de la confianza el cliente se sentirá identificado con la firma y sentirá que el producto o servicio es bueno y como valor agregado sabrá que existe un acompañamiento, un soporte o una garantía sobre lo ofrecido

La banca digital debe comprender que el usuario siempre estará interactuando de manera independiente y solo, en su toma de decisiones, por lo que es de igual importancia que las respuestas a las inquietudes que se presenten deben ser acertadas, oportunas y concretas. Respuestas ambiguas no solo generaran desconfianza, si no que podrían en cualquier momento del proceso hacer que el usuario desista de continuar y en el peor de los casos abandone por completo el uso de la banca y por ende de los productos y servicios.

Sabemos que lo más valioso que tenemos es por supuesto la vida; pero esta equivale a espacios de tiempo. Por ello lo que mejor nos ofrece la banca digital es poder aprovechar el tiempo que generalmente utilizamos en largas filas en cosas quizás más provechosas; para esto es necesario

que dentro de la transición de adaptabilidad al cliente el proceso de la banca digital y sus productos y servicios sea 100% digital de principio a fin incluyendo la omnicanalidad para así determinar el canal de preferencia del usuario lo que permitirá a la banca digital una mejor interacción con el cliente y por otra parte se debe idear productos financieros útiles y pertinentes que se adapten a las necesidades de los usuarios (Banco Mundial, 2018).

La gestión por procesos y mejora continua son la base principal para esta adaptabilidad al cliente y por consiguiente al mercado lo que permitirá construir y mejorar el sistema de gestión de calidad de una organización 5. Este cambio de pensar en la banca digital creara en el cliente una mentalidad totalmente digital al punto de no considerar en adelante otra opción en su interactuar con la banca.

Como una situación sucede con el cliente y otra con el mercado; partimos de la noción de la que la banca se transforma tanto por innovación como por necesidad (Conomipedia, 2019).

Este cambio en el modelo de negocio requiere un acertado oportuno y sectorizado estudio del mercado; obviamente partiendo de una estrategia general, por las normatividades vigentes, pero paralelo a esto un análisis; en el caso específico de Colombia por regiones, separando ciudades de Departamentos y Municipios de Corregimientos y por ultimo población rural de urbana.

Uno de los aspectos más importantes del proceso de la banca digital corresponde al acceso e inclusión. Tanto es así que es la base para el programa del Gobierno Nacional -Banca de las Oportunidades- (Banca de Oportunidades, 2020). Siendo su objetivo General “Banca de las Oportunidades tiene como objetivo crear las condiciones necesarias para facilitar el acceso a servicios financieros como ahorro, crédito, transferencias, pagos, giros, remesas y seguros a las poblaciones que no han tenido acceso a los mismos”. Banca de oportunidades es considerada una política de estado donde sus principales beneficiarios son: familias en pobreza, Microempresarios, Pequeña y mediana empresa y Emprendedores.

Como tal el programa se encuentra en aplicación y su efectividad de acuerdo al Doctor Fredy Castro su Director y a las gráficas estadísticas presentadas en su exposición, el balance es positivo. Sin embargo, la equidad en términos tecnológicos no es igual; mientras que el sistema financiero y el gobierno amplían redes y aumentan productos como los corresponsales, el pago en línea, y todo el paquete de productos y servicios, como lo menciona el informe “la inclusión

financiera” de la Universidad Católica (Jorge Rubén Velásquez Pabón, 2017); el usuario carece muchas veces de lo mínimo para acceder a la banca digital es decir ni un celular que le permita acceder ni muchas veces el internet. Bajo esas condiciones es poco probable que por más esfuerzos que se hagan el usuario quiera o por lo menos sea su intención conocer la banca digital.

Desde la retórica el acceso e inclusión ya estaría dado; porque no es excluyente, a nadie se le puede prohibir por ley hacer parte del sistema financiero o del programa de Gobierno, a no ser que haya sido reportado. Pero la realidad es otra no solo por lo mencionado anteriormente si no por la capacidad de manejo y el conocimiento de algunos sectores de la población tanto de la tecnología como de los términos de uso de los productos y servicios, de acuerdo con lo mencionado por el Banco Mundial en su informe “La inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad” (Banco Mundial, 2018). Incluyendo allí mismo el impacto cultural que esto genera; cuando se viene de una banca tradicional de atención persona a persona a una banca digital donde si no se entiende cómo funciona el sistema se creara desconcierto y desconfianza.

Como la banca digital es uno más de los productos y servicios a los que el cliente está expuesto en su diario vivir es necesario que la banca digital empodere al cliente es decir primero el cliente después el producto para ello deberá diseñar un modelo de negocios centrado en el cliente (oviedo). Dentro de ese modelo se debe profundizar el conocimiento del cliente y preponderar por personalizar los productos que realmente necesite y suplan sus necesidades, mediante una estrategia de transparencia, comunicación e información de valores y productos.

Ahora como la banca digital esta manejando un producto de prolongación en el tiempo, en el caso de los créditos o de inmediatez en el caso de los pagos y transacciones se debe mantener el mismo esquema durante un periodo prudente de tiempo para que el cliente se familiarice con el mismo lo maneje y sienta la experiencia, ojalá satisfactoria de este nuevo sistema.

No podemos olvidar que los productos y servicios de carácter financiero a pesar de sus características no deben dejar de cumplir una función social y no me refiero a beneficencia, por el contrario; como sabemos dentro de la economía formal no se puede mover ninguna clase de bien financiero sin contar con la intermediación de los bancos bien sea por venta, compra, deposito, transferencia o alguna de las actividades propias de su portafolio. Esto significa que de la adecuada “lectura” que el sistema financiero tenga del mercado y de sus usuarios los

beneficios serán para el sistema bancario, el Gobierno Nacional y el usuario. Lo que finalmente se quiere señalar es que el sistema financiero está llamado a convertirse en “socio” de cada una de las operaciones que por él se realicen en especial si estas son las más complejas.

Aunque lo descrito anteriormente hace parte de la base de la banca tradicional la banca digital no podría ni medianamente pensar en operar sin esta plataforma específica. Además, porque de acuerdo a la tradición de la sociedad Colombiana es con lo que el usuario cuenta de antemano y da por descontado que está implícito en la relación comercial y el uso de los productos y servicios.

Para que la banca digital logre incursionar y posesionarse con éxito en la sociedad colombiana no puede dejar de lado el tema de la seguridad y la tecnología de punta. En cuanto a lo primero se debe contar con toda una arquitectura de seguridad y el diseño acertado de los protocolos que permitan proteger la identidad del ciudadano digital en cualquier punto del proceso e independiente del canal utilizado.

Es bien sabido que este punto es vital para la banca digital y que no ahorra ni esfuerzos en el componente humano, tecnológico o financiero para salvaguardar su propia protección y la de los usuarios. Por ello podemos afirmar que dentro de todo el proceso de una transacción financiera digital el eslabón que más pone en peligro el proceso y el más vulnerable es el cliente (Soro, 2020).

Mientras que para la banca digital el sistema es cerrado y tiene controles en cualquiera de los puntos del sistema en el caso del usuario está muy expuesto al software malino; es por lo tanto prudente que los bancos en este caso la banca digital instruya de manera clara a sus usuarios sobre los riesgos que implican omitir las reglas de seguridad. Tanto por la exposición a un fraude como por la pérdida de su dinero.

Existen algunas recomendaciones de carácter general en las que la banca digital debe educar a sus usuarios. Uso de una conexión fiable; es importante que el usuario haga uso de los servicios financieros digitales por conexiones protegidas sobre todo si la conexión se va a realizar por vía Wi-Fi, evitando los sitios de conexión pública o gratuita; por seguridad es mejor que toda conexión se realice por cable, aunque no descarta del todo el fraude si el usuario hace mal uso de ella. Mantener el equipo protegido; en el mercado informático se puede conseguir avanzados

sistemas de protección para el uso seguro del equipo y de las conexiones con la banca digital y el sistema financiero estos programas además de proteger el equipo ante virus y otros peligros de la red pueden crear un canal seguro y exclusivo con la entidad digital bancaria. Detección de amenazas; como usuarios del sistema financiero digital el ciudadano digital debe estar atento a la información que de una u otra forma por uno u otro canal le estén solicitando, verificando siempre el remitente y lo más importante abstenerse de dar cualquier información o dato personal y menos de contraseñas si por algún motivo duda de estas solicitudes. No digitar información ni llenar formularios con destino a la banca digital o a los servicios financieros digitales desde dispositivos públicos o de uso de personal indeterminado, estos podrían tener programas de obtención de su información. Realizar un monitoreo constante de los movimientos de su cuenta o servicios financieros digitales; en la actualidad la mayoría de los bancos que forman parte de la banca digital informan antes o después al dispositivo autorizado los movimientos de cuenta para conocimiento del usuario. Cambiar de forma regular las contraseñas de acceso a sus productos, aunque esto demande un soporte físico o digital de las mismas para control del usuario. Por ultimo en cualquier uso del sistema de la banca digital o los servicios financieros digitales cerrar por completo las páginas, la transacción del cajero, el datafono y otros dispositivos dispuestos para tales fines. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que por ningún motivo sea la transacción que sea esta no se debe desconectar, interrumpir o pausar hasta tanto el sistema no la cancele por sí mismo o la apruebe.

Como vemos en seguridad es mayor la responsabilidad del usuario por su vulnerabilidad; por ello corresponde a la banca digital proporcionar elementos y herramientas educativas, informativas y de comunicación que permitan el mejoramiento de esa cultura en seguridad.

Concatenado con lo anterior en Colombia existe una fuerte regulación en materia de servicios y productos financieros; por tal razón a la par de la regulación aplicable a todo el sector tanto banca tradicional como banca digital existe la Circular Externa 029 de 2014 de la Superintendencia Financiera de Colombia que direcciona la banca digital (Superfinanciera, 2020). El cumplimiento de los parámetros dictados en dicha circular y quizá la flexibilización que el gobierno Nacional de a otros aspectos normativos permitirá una mayor apertura e inclusión en el sistema financiero y la banca digital a los colombianos que hoy son un obstáculo para los mismos.

Dentro de los requerimientos más destacados de este documento podemos señalar los siguientes: Protocolo para la autenticación de los usuarios a través de dos factores sea o no la operación monetaria. Sistema de cifrado de información, tanto de entrada como de salida, para clientes que superen en operaciones el monto establecido en dicha circular (dos salarios mínimos vigentes), esto permitirá que solo el cliente y el banco conozcan la información allí plasmada y que ningún externo llegue a ella incluidos los operadores de internet o telefonía. Oportunidad y rapidez en la información de notificación o estados de alerta de las operaciones realizadas por el usuario. Para aquellos usuarios cuyos movimientos a través de la banca digital no superen dos salarios mínimos el banco deberá crear y contar con los sistemas de seguridad que garanticen el cumplimiento de la operación la efectividad de la misma y la protección de los datos. Contar con programas de respaldo que atomicen las operaciones realizadas con el fin de que se lleguen a repetir, bien por fallas en el sistema o por fallas en la transmisión de la señal. Todas las operaciones realizadas de forma exclusiva a través del dispositivo móvil del usuario deberán cumplir con lo determinado en el numeral 2.3.4.9 de dicha circular.

El marco jurídico de regulación en materia de banca digital es muy amplio y a la vez se encuentra entrelazado con otras normas que regulan otras instituciones, pero que por sus funciones entran en el ámbito de lo digital como es el caso de la Policía Nacional para lo de su competencia, y los Ministerios de Hacienda y de las Tecnologías. Con el fin de una articulación y una puesta al 100% de la banca digital; estos han solicitado una flexibilización en su marco jurídico a fin de permitir una integración de todo el sector lo que dinamizaría el servicio y el sector.

De manera casi exclusiva existe la Ley 1735 de 2014 y el Decreto Número 1491 del 13 de julio de 2015 que tienen como fin la promoción de la inclusión financiera en la banca digital en dicha normatividad se facilitan los procedimientos de acceso entre otras cosas para la apertura de cuentas, servicios financieros transaccionales como transferencias, pagos giros y recaudo. El camino esta expedito del cumplimiento de estos requisitos dependerá la aproximación con los usuarios y los ajustes en el marco jurídico y de regulación de la banca digital.

La banca digital y los negocios basados en las plataformas digitales son la base de la economía digital y por ende del recaudo tributario que en esta materia recibe el Gobierno Nacional. Por ello de la aplicación 100% de la banca digital del aumento en los usuarios de la misma; dado el

impacto que ejerce en los mercados, cambios de hábito, oportunidades de negocio, relación entre proveedores y clientes se ampliara la base de aplicación de los impuestos por este concepto.

A pesar de lo anterior este ha sido para la banca digital uno de los obstáculos en el acceso e inclusión al sistema y en el caso del Gobierno Nacional al programa Banca de Oportunidades.

En nuestro país se expidió el Decreto Único Reglamentario 1625 del 2016 que norma los servicios de las plataformas digitales y por ende de la banca digital en materia tributaria. En especial el artículo 1.6.1.13.2.30. De la Sección 2 Capítulo 13 Título 1 Parte 6 del Libro 1 donde se estableció el plazo para presentar y pagar las declaraciones bimestrales del impuesto sobre las ventas -IVA. Y el Artículo 1.6.1.13.2.30. Declaración y pago bimestral del impuesto sobre las ventas. Parágrafo 5. Para los prestadores de servicios desde el exterior (Dian, 2016).

De igual forma hace parte del esquema tributario el Estatuto tributario en sus Artículos 420 y 437; las Resoluciones 51 de 2018 de la DIAN y la Resolución 49 de 2019 de la misma entidad. Como se ve toda esta regulación y el apego a ella en cumplimiento de la Ley no permite una flexibilidad en el mercado de la Banca digital, así como demora la generación de nuevos productos o servicios que de acuerdo a los estudios de mercado y a los modelos generados para los usuarios, se requieran. En pocas palabras la normatividad como la estructura tributaria se convierte en una carga y en una camisa de fuerza para las plataformas digitales, la banca digital y los servicios financieros digitales.

Es conveniente que el estado sea consciente de la inmediatez y la velocidad con que se generan los cambios en materia de tecnología y mercado digital y como esto afecta el comportamiento de todos los actores los mismos usuarios, clientes, proveedores y sistema bancario. Finalmente, de ser objetivos en este punto el Estado Colombiano recibirá el beneficio para la dinámica de la economía digital y para la economía en general la cual será mucho mayor que lo que hasta ahora a generado.

Dentro de la estructura y todo el andamiaje que conforma el sistema de la banca digital; en cuanto a un punto de convergencia tenemos los medios de pago que nos son otra cosa que las herramientas y equipos que se utilizan para la realización efectiva de las transacciones.

En Colombia y de acuerdo a la página web de la Banca de Oportunidades, el programa del Gobierno Nacional para el acceso e inclusión financiera. Los porcentajes de alcance del

programa indica que el 71,6% de los adultos tiene un producto financiero activo o vigente a junio de 2020; Lo que significa 31,6 Millones de adultos con algún producto financiero; Se cuenta con 212.086 puntos de acceso al sistema financiero en todo el país; lo que en resumen señala un 85,9% de inclusión financiera para la población colombiana (Banca de Oportunidades, 2020).

Con estos porcentajes se concluye que 7 de cada 10 colombianos esta bancarizado entonces que sucede con los otros 3; La principal razón es que no todos los colombianos tienen acceso en igualdad de condiciones a los servicios y productos financieros; el reto entonces es la democratización de los medios de pago y por ende de la banca digital y de los servicios y productos digitales

Existen dos estrategias para ello la primera estaría encaminada a que el Gobierno Nacional a través de su programa de Banca de Oportunidades y en convenio con la banca y las instituciones u organizaciones prestadoras de servicios financieros digitales legalmente constituidas maximicen la cobertura en el país de los puntos de acceso a la banca digital en especial los medios de pago y la otra seria en que la misma banca pueda financiar a los usuarios de la misma equipos y planes de internet que permitan el acceso 7/24 de la población que no cuenta con estos medios.

Solo si el Estado y la banca digital que en realidad son los bancos tradicionales asumen esta inversión se podría lograr un acceso equitativo y democrático para todas las personas. Y decimos inversión porque a mayor cobertura más clientes y a corto, mediano y largo plazo mayores utilidades

Sabemos que en algunos lugares ya existe esta inversión, pero lamentablemente no se ha justificado porque la calidad de vida y el estado socioeconómico de la población hace que los usos de estos mecanismos sean costosos para el nivel de vida y por lo tanto no sean muy apetecidos por la población (Arbeláez, 2016). Esto hace que si ni siquiera se utiliza la banca digital para pagos o transacciones sencillas es poco probable que por esta herramienta accedan al crédito o se pueda crear una cultura del ahorro. Y es allí donde la economía financiera informal donde el dinero contante y sonante sigue ejerciendo su control dejando a la población en manos de especuladores e inescrupulosos que manejan a su antojo los préstamos y sus intereses, así como otro tipo de actividades de carácter financiero.

Como lo mencionábamos anteriormente el cliente es primero es el centro y no el producto, pero analicemos de que forma la variedad de usuarios y los hábitos se convierten en otra clave en el desarrollo de la banca y los servicios financieros digitales. Existen todo tipo de usuarios que de acuerdo a sus características van desde los tradicionales usuarios o primarios, los conocedores del tema, los avezados en el manejo de la banca digital y por supuesto los llamados nativos digitales 16.

Bajo esta entramada de usuarios no es fácil para la banca y los servicios financieros digitales adaptarse a cada uno o por lo menos por sectores o segmentos de acuerdo a las características afines en sus hábitos. Sin embargo dentro de su marco general de funcionamiento las entidades de servicios financieros tienen claro el papel que cumplen dentro de la sociedad por ello son organizaciones que más allá de su objetivo como organización cumplen con una responsabilidad social corporativa la cual es conocida como marketing social (Dialnet, 2016). Con ello se busca minimizar o eliminar cualquier efecto de la imagen que se tenga de la banca digital y de los servicios financieros; asumiendo en forma contraria beneficios de carácter social y mejorando la relación de consumo de sus usuarios.

Esta transformación en el tipo de usuario y sus hábitos de consumo requiere de unos pasos generales que son: Ser ágil en el desarrollo de modelos que se adapten rápido al cambio; cautivador, usar la información, el contenido y el contexto para generar experiencia de cliente llamativa, y estar conectado, es decir, orquestar el equipo de trabajo, los procesos y las aplicaciones. De este proceso junto con mantener la responsabilidad social corporativa como parte de su programa de banca digital dependerá en cierta medida que las corporaciones puedan aumentar su número de usuarios de la banca digital y sostengan dentro del sistema a los clientes ya posesionados.

Aunque nuestro país la estructura tecnológica ha logrado grandes avances en materia digital; y a pesar de que 96 % de los hogares tienen mínimo un celular y más del 90 % de las empresas cuentan con acceso a internet, el uso de la banca digital es muy bajo, tanto por lo anteriormente descrito como por el hecho de que el 90 % de las transacciones financieras se hacen en efectivo, por lo que existe una brecha enorme para avanzar en la adopción de tecnología que ayude al cambio (Banca de Oportunidades, 2020). Esta brecha se conoce como fragmentación del mercado por cuanto los bancos deben mantener las instalaciones físicas tradicionales y implementar la

banca digital para permitir el acceso y la inclusión. Sin embargo, es claro que a la fecha se mantiene entre la población mucha resistencia al uso de la banca digital tanto por lo que hemos mencionado como por aspectos de seguridad y la misma tradición; se sigue tornando más tranquilo la persona a persona y el desplazamiento a la entidad bancaria para depósitos, pagos y retiros se mantiene como sinónimo de cumplimiento efectivo a la llamada diligencia.

Con el paso de las generaciones serán los primeros nativos digitales o los nuevos ciudadanos digitales quienes logren apropiarse del sistema y aprovecharlo al 100% para todo tipo de servicio o toma de productos de la banca digital.

Esto va de la mano con los aspectos geográficos de nuestro país donde existe una gran diferencia entre la población urbana y la rural en cuanto al uso de la banca digital. De acuerdo al primer informe semestral 2020 del programa Banca de Oportunidades del Gobierno Nacional los porcentajes del uso de la banca digital para la ciudad son del 94,1% mientras para los Municipios intermedios 74,0% y para los Municipios Rurales, diferenciados en dos categorías, 67,85 Rurales y 57,2 Rurales Dispersos (Banca de Oportunidades, 2020).

Esto indica claramente que pese a los esfuerzos la población rural o bien no cuenta con los medios o carece de incentivos para involucrarse en el proceso; se debe tener un estudio especial sobre este tema, pero sin lugar a dudas será un verdadero desafío tanto para el Gobierno Nacional como para la Banca digital avanzar en este indicador específicamente. Y así permitir romper el paradigma de las personas de las zonas rurales que están netamente acostumbradas al comercio y la economía sobre la base del manejo del dinero en efectivo y muchas veces con transacciones de trueque.

Siguiendo con otro eslabón de la cadena de retos y desafíos de la Banca Digital en Colombia, debemos considerar las diferencias abismales que existen entre las personas de la ciudad y de Municipios Intermedios y la población rural de nuestro país en materia de capacidad de pago. Esta capacidad económica se encuentra demostrada estadísticamente hablando en el marco de la encuesta del Departamento Nacional de Planeación en su informe de “Pobreza y Desigualdad 2019” allí se establece que mientras en las ciudades la pobreza monetaria –que se traduce en la capacidad de adquisición por los colombianos- es del 47,2% en las Ciudades en los Municipios Intermedios es del 35,7% y la de la Población de los Municipios Rurales el 32,3% (Dane, 2020).

Interpretando estas estadísticas vemos como la realidad económica es diferente en cada colombiano y se encuentra directamente relacionada con la ubicación geográfica en la que se encuentre; habrá muchos otros factores como educación, economía en la región edad, presencia del Estado incluso hechos generadores de violencia y por supuesto grupos al margen de la ley y economía basada en actividades ilegales.

Supone un gran desafío tanto por las metas como por las variables que se deben abordar, pero existe la ventaja de que su implementación se encuentra avalada por la asociación público privada y necesariamente se llegara al punto de inflexión y de sostenibilidad que se requiere.

Bajo todo este panorama existe un aliado importante para la Banca Digital y su implementación y son los ciudadanos digitales y entre ellos encontramos las llamadas nuevas generaciones conocidas como generación X, generación Y, mejor conocidos como Millennials, la generación Z o centennials y por último la generación Alpha (Juan, 2018). Estas son las personas que no conciben el mundo sin internet y perciben el mundo real y el digital como algo integrado; donde muchas veces es más importante la conexión social a través de las plataformas y aplicaciones que el trato persona a persona.

Son sin lugar a dudas el target o público objetivo como se diría en publicidad y marketing y serán ellos los llamados a consolidar la banca digital y los servicios financieros digitales como parte de la cotidianidad. Estas generaciones aunque cada una con sus características específicas tienen algo en común inmediatez y transparencia lo que los lleva a solicitar respuestas ágiles y oportunas a cualquier inquietud o pregunta; el tiempo es fundamental por eso realizan varias tareas a la vez y en sus dispositivos siempre estarán manejando varias pantallas y con diferentes temas por ello son totalmente dispersos y se interesan en un tema máximo un minuto ósea si el tema no le satisface con un clic lo abandonan por completo.

Así como se mencionó que son los aliados excelentes para la consolidación del plan de la banca digital pueden ser también su espada de Damocles, dada su capacidad de comunicación si se falla con uno el efecto domino afectaría completamente la imagen y el uso de la banca digital, así como su imagen; entonces pues a tener cuidado con estos jóvenes que sin duda son el futuro, desarrollo, evolución y posicionamiento de la banca digital.

La banca digital con todos estos elementos no puede ser ajena a la creación de una nueva cultura conocida como las “tecno finanzas” (Dialnet, 2016). Que no es otra cosa que el uso de la tecnología en las finanzas o “Fntech” como es conocido de manera general por eruditos, estudiosos del tema y público en general. Lo señalamos como un desafío para la banca digital por cuanto; sabemos de la falta de educación financiera de casi todos los usuarios tanto de la banca tradicional como de la emergente banca digital.

Aquí es donde la banca digital a la par de su responsabilidad social corporativa debe tener un compromiso casi que personal con cada uno de los usuarios; técnicamente “llevarlos de la mano” tanto en la práctica del uso de la banca digital como en la enseñanza de una cultura financiera que le permita al consumidor aprender, comprender y evaluar las mejores ofertas y las más convenientes de los productos y servicios ofrecidos. No por perseguir objetivos en materia de utilidades aprovecharse de esa falta de conocimiento financiero y hacer que las personas por falta de una buena asesoría terminen sobrepasando sus cupos de endeudamiento y afectando de manera directa su calidad de vida y la de su entorno.

Esto en nada va a favorecer a la banca digital porque un cliente que no pueda cumplir con sus obligaciones interrumpe el ciclo vital del dinero donde el principal afectado es la misma banca y al final la economía del país.

Aunque sabemos que las tecnologías y la era digital llegaron para quedarse el que realicemos estos pasos o ajustes permitirán el cumplimiento de los logros y de los objetivos propuestos, la aceptación de la comunidad y los usuarios. Y de suma importancia, reduciremos de manera considerable el tiempo para la total implementación. Lo que finalmente se verá reflejado en menores costos.

No obstante habernos enfocado en la banca digital la inclusión financiera y el acceso a los servicios y productos financieros incluye la banca tradicional y su objetivo no es otro que permitir que las personas y empresas puedan hacer uso de ellos sin importar su ubicación geográfica o su estado socioeconómico y así hacer parte del ciclo económico del país y mejorarlo (Jorge Rubén Velásquez Pabón, 2017).

Ahora con una visión macro de lo que significa la inclusión financiera debemos señalar que es uno de los temas que propicia 7 de los 17 puntos del Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas,

2020). Diseñados por el Banco Mundial y aprobado por cerca de 25 jefes de estado, el 25 de septiembre de 2015, en lo que se llamó la Nueva Agenda de Desarrollo Sostenible (Banco Mundial, 2018).

Como vemos el plan de la Banca digital como instrumento de inclusión y acceso financiero y el programa Banca de Oportunidades del Gobierno Nacional no solo obedecen a una necesidad local si no por el contrario obedece a políticas trasnacionales y mundiales donde el logro que se tenga con estos programas hará de Colombia un país más competitivo a nivel mundial dada la capacidad global de las redes y de internet.

Sin embargo, existen informes donde la inclusión financiera se ha realizado en algunos países a todos y a toda costa; lo que ha llevado a una inestabilidad económica por la generación de cuentas que no se mueven y créditos que finalmente no se cancelan (Banco Mundial, 2018).

Corresponde a la asociación público privada que gestiona la Banca Digital, promulgar el ajuste de cada uno de los puntos expuestos y mejorarlos, ajustarlos o modificarlos de acuerdo a las expectativas de las personas; no se puede dejar que las personas crean que la banca digital es una evolución natural del servicio financiero dado el avance de las tecnologías. Y entren a ella sin conocer, comprender o entender las normas básicas que con lleva este uso.

Solo así se garantizará una experiencia favorable en los usuarios y hará que ellos no solo traigan nuevos clientes si no que se mantengan en el sistema y lo vean como un aliado necesario en su mejoramiento de calidad de vida, emprendimiento y adquisición de bienes y servicios que le aseguren un futuro mejor, eso a nivel individual y a nivel país mejorar los porcentajes socioeconómicos de la nación.

Bibliografía

- Arbeláez, M. A. (agosto de 2016). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de https://repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/1274/Repór_Agosto_2006_Arbelaez_Melendez_y_Zuluaga.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Banca de Oportunidades. (2020). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/index.php/es/estrategia-de-trabajo>
- Banco Mundial. (18 de abril de 2018). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>
- Castro, F. (19 de octubre de 2020). Recuperado el 20 de noviembre de 2020, de [file:///D:/Downloads/Cofaces%202%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/Cofaces%202%20(1).pdf)
- Conomipedia. (17 de noviembre de 2019). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <https://economipedia.com/actual/la-banca-se-digitaliza-por-innovacion-o-por-necesidad.html>
- Dane. (13 de octubre de 2020). Recuperado el 22 de noviembre de 2020, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2019/Boletín-pobreza-monetaria_2019.pdf
- Dialnet. (2016). Recuperado el 2020 de noviembre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=174737>
- Dian. (2016). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <https://www.dian.gov.co/Prensa/HistoricoNovedades/Decreto%201625%20de%202016,%20Decreto%20C3%9Anico%20Reglamentario%20en%20Materia%20Tributaria.pdf>
- Jorge Rubén Velásquez Pabón, H. F. (diciembre de 2017). Recuperado el 21 de diciembre de 2020, de <https://core.ac.uk/download/pdf/151749246.pdf>
- Juan, J. S. (23 de febrero de 2018). Recuperado el 22 de noviembre de 2020, de <http://www.teknlife.com/noticia/las-seis-generaciones-digitales-que-conviven-hoy-dia-en-nuestra-sociedad/>
- Naciones Unidas. (2020). Recuperado el 22 de noviembre de 2020, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- oviedo, A. (s.f.). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/37432/sistema_angelov_IAESDT_2019_N04.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Revista Palabra Clave- Marshall McLuhan. (4 de diciembre de 2015). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/649/64942535002.pdf>
- Ricardo, C. M. (29 de mayo de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2020, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44267/Tesis%20-%20Ricardo%20Chajin.pdf?sequence=1>

Soro, C. C. (2019 de julio de 2020). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/125186/Catal%C3%A1%20%20La%20reestructuraci%C3%B3n%20y%20digitalizaci%C3%B3n%20del%20sector%20bancario%22.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Superfinanciera. (27 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/normativa/proteccion-para-el-consumidor-financiero-10083873>

Universidad Nueva Granada. (s.f.). Recuperado el 21 de noviembre de 2020, de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/6332>